

УДК 339.137.2:658

А. О. Азарова к.т.н., проф. Вінницький національний технічний університет  
[azarova.angelika@mail.ru](mailto:azarova.angelika@mail.ru)

О. В. Житкевич здобувач Вінницький національний технічний університет  
[elena.zhitkevich@gmail.com](mailto:elena.zhitkevich@gmail.com)

**Аналіз розрахункових методів процедури оцінювання  
конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та шляхи її  
удосконалення**

У статті проведено критичний аналіз розрахункових методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств, визначено їх недоліки, переваги та можливості застосування вітчизняними підприємствами за сучасних умов розвитку. На основі проведеного аналізу авторами розроблено рекомендації щодо вибору ефективного методу оцінювання рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

*Ключові слова: конкурентоспроможність підприємств (КП), показники конкурентоспроможності, методи оцінювання рівня конкурентоспроможності.*

**А. О. Азарова**

**Е. В. Житкевич**

**Анализ расчетных методов процедуры оценки конкурентоспособности  
отечественных предприятий и пути ее совершенствования**

В статье проведен критический анализ расчетных методов оценивания уровня конкурентоспособности предприятий, определены их недостатки, преимущества и возможности применения отечественными предприятиями в современных условиях развития. На основе проведенного анализа авторами разработаны рекомендации по выбору эффективного метода оценки уровня конкурентоспособности отечественных предприятий.

*Ключевые слова: конкурентоспособность предприятий (КП), показатели конкурентоспособности, методы оценки уровня конкурентоспособности.*

JEL classification code: **L 290**

**A. O. Azarova**

**O. V. Zhytkevych**

**Analysis of calculation methods of evaluation procedures competitiveness of domestic enterprises and ways to improve it**

The article deals with the analysis of calculation methods of evaluation competitiveness level of domestic enterprises. There are founded the advantages, failings of these methods and opportunities of their application by companies in the modern conditions of development. Based on the analysis the authors developed recommendations selection of effective method of evaluation competitiveness of domestic enterprises.

*Keywords: the competitiveness of enterprises, index of competitiveness, the methods of evaluation.*

JEL classification code: **L 290**

**Постановка проблеми.** Актуальність проблеми забезпечення та покращення конкурентоспроможності підприємств (КП) зростає в результаті подальшої інтеграції України до міжнародної економічної системи, розвитку ринкової економіки.

Як відомо, процес формування ринкового середовища забезпечується ефективним функціонуванням суб'єктів господарювання та їх швидкої адаптації до нових умов. Оцінюючи ефективність функціонування вітчизняних підприємств за нестабільних, перед та після кризових ситуацій актуальним постає питання визначення потенційних можливостей підприємств у сфері формування конкурентного становища та його покращення. Вищесказане визначає необхідність дослідження альтернативних та ефективних методів оцінювання рівня КП.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства та управління нею досліджуються досить широко. Зокрема Р. Фатхутдінов [1] визначав проблеми оцінювання конкурен-

тоспроможності продукції, при цьому виділив основні складові конкурентоспроможності підприємства: управлінські, технічні та економічні аспекти діяльності, забезпечення якості продукції, сервісу споживачів та інші.

Г. Азоєв [2] у своїх працях досліджував питання формування конкурентних переваг та конкурентної стратегії підприємств за умов російської економіки. У роботах Х. Фасхієва [3] вказано, що більшість методів оцінки конкурентоспроможності підприємства ґрунтуються на використанні коефіцієнтів аналізу виробничої діяльності, фінансового стану та ефективності інвестицій. Також зазначимо, що дослідження вченого пов'язані з моделюванням рівня конкурентоспроможності підприємств та продукції на всіх етапах життєвого циклу продукції. Г. Багієв [4] – засновник методу дослідження маркетингових та конкурентних відносин, який узагальнив теорію і практику бенчмаркінгу. В. Павлова [5] зазначила, що показники конкурентоспроможності підприємства найчастіше визначаються вимірювальними, розрахунковими, експертними, соціологічними, експериментальними та реєстраційними методами. У свою чергу М. Ахматова та Є. Попов [6], визначили групи методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства: аналітичні (метод рейтингової оцінки, метод оцінювання на основі споживчої вартості, метод оцінювання на основі теорії ефективної конкуренції) та графічні методи (матриця БКГ, модель привабливості ринку – переваги конкурентів, матриця Портера, метод багатокутника конкурентоздатності підприємства).

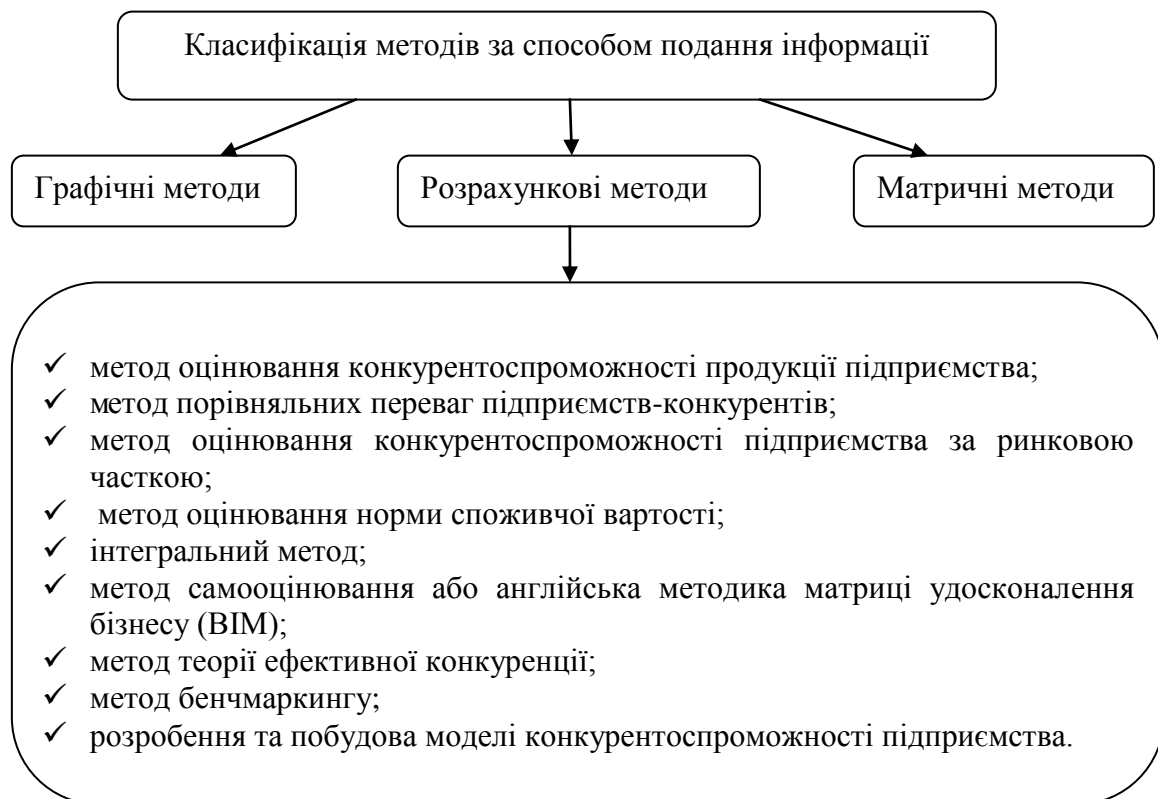
Відомими є дослідження М. Портера (Porter, 1979) в яких автор указав, що основним джерелом отримання конкурентних переваг є інновації, вони забезпечили підприємствам ефективні методи аналізу конкурентоспроможності та розроблення стратегії на внутрішніх та на міжнародних ринках.

**Невирішені частини загальної проблеми.** Незважаючи на масштабність досліджень конкурентоспроможності підприємства, змушені констатувати, що єдиного повного та чітко формалізованого, раціонального методу оцінювання рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств не існує, що безперечно

унеможливиює отримання якісного результату. Тому проблема формування ефективного підходу до ідентифікації рівня КП є недостатньо вивченою та потребує подальшого опрацювання.

**Метою дослідження** є на основі аналізу методів та підходів до процесу оцінювання рівня КП розробити рекомендації щодо вибору ефективного серед них.

**Основні результати дослідження.** У наш час варіація методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства досить широка від простих, які застосовуються за умов обмеженої інформації та (або) фінансування до складних, які потребують висококваліфікованого персоналу та великих витрат. В економічній літературі підходи до оцінювання рівня КП можна за способом подання інформації класифікувати так, як зазначено на *рис. 1*.



**Рис.1 – Класифікація методів оцінювання КП за способом подання інформації**

*Джерело:* Складено авторами на базі [8]

Рівень конкурентоспроможності підприємства поняття обширне та комплексне, яке має охоплювати усі аспекти його діяльності. Основною задачею є визначення ефективного, найбільш доцільного для оцінювання рівня конкурентоспроможності вітчизняного підприємства за сучасних умов.

Для розв'язку цієї задачі, пропонуємо порівняти дані підходи, визначивши їх недоліки та переваги в *табл. 1*.

У результаті аналізу, проведеного в статті, результати якого описано у таблиці можна дійти таких висновків:

- методи мають єдину мету – оцінити рівень конкурентоспроможності, проте не позбавлені при цьому своїх недоліків та відмінностей. Основні відмінності полягають у різних формуваннях підходів до розрахунку показників, діапазонів вимірювання, врахуванні зв'язків між показниками та ін.;

- більшість методів не дають можливості здійснити вибір варіантів підвищення конкурентоспроможності підприємства, що спричинене відсутністю єдиної системи оцінювання;

- недоліками багатьох методів є: статичність оцінки конкурентних позицій підприємства порівняно з конкурентом або еталонами; відсутність чинників зовнішнього впливу – таких, як взаємозв'язки з партнерами по бізнесу та іншими суб'єктами ринку у поєднанні з факторами внутрішнього середовища підприємства;

- у більшості методів після здійснення оцінювання результат залишається актуальним та достовірним лише на короткий термін, тому їх подальше використання є недоцільним і потребує на врахування динамічності такого процесу.

**Висновки і перспективи подальших досліджень за проблемою.** Аналіз оцінювання рівня КП виявив, що вищезазначені розрахункові методи мають різний ступінь глибини та масштабу дослідження, який, при цьому, не є достатнім; крім того, відсутність єдиного підходу, що одночасно дозволяв би врахувати усі необхідні аспекти діяльності підприємства та був би економічно доцільним, зумовлюють розроблення відповідного авторського підходу.

Таблиця 1

**Аналіз методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств**

<b>Назва</b>	<b>Умови застосування</b>	<b>Переваги</b>	<b>Недоліки</b>
<b>Графічні методи</b>	Ефективні для аналізу технічного, економічного та соціального спектру діяльності підприємств шляхом порівняння.	Високий ступінь наочності; врахування життєвого циклу підприємства або товару	Не встановлює узагальнений критерій КП, використовує експертні оцінки, що позбавляє його об'єктивності.
<b>Матричні методи</b>	Ефективні для підприємств, що досліджують розвиток конкуренції в динаміці. Визначають положення під-ва на ринку, стратегічну позицію.	Прості, доступні, наочні, використовують об'єктивні критерії привабливості та конкурентоспроможності.	На основі цього методу не можна сформулювати відповідні управлінські рішення..
<b>Метод оцінки конкур. продук.</b>	Лише для одного виду продукції, коли якість продукції аналізується, шляхом порівняння з параметрами еталона чи конкурента.	Застосовується основний чинник оцінювання КП – конкурентоспроможність продукції.	Орієнтація лише на конкурентоспроможність товару, не враховано повний спектр діяльності підприємства та чинники зовнішнього впливу.
<b>Метод порівняльних переваг конкурентів</b>	Найбільш поширений серед виробничих підприємств, оскільки простий у розрахунках та орієнтований на виробничий потенціал.	Простий у застосуванні.	Не враховано повний спектр діяльності підприємства, що визначає КП, не повністю оцінює позицію підприємства на ринку, не забезпечує динамічність оцінок, тим самим майже не відображає взаємодію виробника товару з ринком.
<b>Метод на основі нових норми споживчої вартості</b>	Ефективний для підприємств, що удосконалюють або вводять новий продукт на ринок, оскільки визначають потреби потенційних споживачів, співставляючи їх з реальними властивостями товару.	Використання оцінки сукупності маркетингових, управлінських та організаційних рішень дає можливість оцінити реальні потреби потенційних споживачів.	Не можна вважати об'єктивним, оскільки даний метод ґрунтується на застосуванні експертних знань, що спричиняє неточність та суб'єктивність оцінок.
<b>Метод самооцінки діяльності</b>	Результати самооцінювання допомагають підприємствам сформулювати стратегічні та тактичні плани вдосконалення згідно з вимогами моделі ділової досконалості.	Використано показники, які дозволяють порівнювати і оцінювати діяльність на основі національно визнаних критеріїв	Вимагає багато часових, грошових витрат, отримані оцінки є досить суб'єктивними, оскільки оцінювання КП здійснюється експертами.

(Продовження таблиці 1)

Назва	Умови застосування	Переваги	Недоліки
Методи оцінки КП за ринковою часткою	Формує базу для оцінювання становища підприємства на ринку й вибору його стратегічної позиції	Дає змогу побудувати конкурентну карту ринку, на основі якої можна визначити місце підприємства в структурі ринку та особливості розвитку конкурентної ситуації.	Не можна застосувати для розроблення стратегії підвищення КП, оскільки не враховує весь спектр діяльності підприємства, оскільки ринкова частка дозволяє об'єктивно визначити лише зміни в конкурентній позиції, а не з'ясувати їх причини.
Інтегральний метод	Практичний метод серед підприємств-виробників з незначною номенклатурою товарів, оскільки простий та наочний і дає змогу отримати однозначні оцінки конкурентних позицій.	Простий, можна враховувати велику кількість чинників, які впливають на КП.	Не позбавлений суб'єктивізму, оскільки потребує застосування численних експертних оцінок.
Метод, заснований на теорії ефективної конкуренції	Забезпечує глибокий аналіз внутрішнього стану підприємства, співставляються показники діяльності підприємства відповідної галузі з показниками підприємств-лідерів.	Забезпечує аналіз підприємства, на основі якого можна прийняти певні управлінські рішення щодо його покращення.	Потребує на доповнення показниками зовнішнього середовища для достовірного оцінювання; не дозволяє враховувати якісні показники; визначає стан підприємства лише на певний момент часу.
Метод бенчмаркінгу	Ефективний при оцінюванні внутрішньої діяльності підприємства та виявленні резервів підвищення рівня конкурентоспроможності	Забезпечує кількісний та якісний опис оцінених результатів діяльності підприємства.	Значні труднощі під час збирання необхідної інформації та визначенні рівня її вірогідності; складне практичне застосування в аналізі, оскільки орієнтований на використання закритої інформації щодо підприємства.
Метод побудови моделі конкурентоспроможності промисл. під-ва	Ефективний метод для визначення конкурентної стратегії та забезпечення конкурентоспроможності потенційних можливостей будь-яких підприємств, при врахуванні внутрішніх та зовнішніх факторів його діяльності.	Універсальність, наочність, практичність, комплексність, системність, враховує широкий спектр чинників діяльності підприємства.	Потребує тривалого збирання інформації та її оброблення; є дещо дорогим.

Джерело: Складено авторами на базі [8]

Автори статті вважають, що для ефективного оцінювання КП, усунення вищевикладених недоліків існуючих методів, які суттєво ускладнюють проведення аналізу та застосування конструктивного метода в цілому, потрібно врахувати та забезпечити системний взаємозв'язок між внутрішніми та зовнішніми чинниками впливу на діяльність підприємства.

Сучасному підприємству необхідно за умов нестабільної економічної та політичної ситуації формувати нові конкурентні переваги, пов'язані з наявністю позитивного іміджу, кваліфікованого персоналу, довготривалих зв'язків із постачальниками, посередниками і споживачам та іншими суб'єктами ринку.

Тому автори статті пропонують доповнити метод визначення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств множиною показників, що дозволяють врахувати характеристики людських ресурсів, іміджу та організаційної культури підприємства.

На нашу думку, продуктивною базою для розроблення в подальшому ефективного методу оцінювання конкурентоспроможності підприємства є модель КП, що слугує інструментарієм для вирішення стратегічних завдань підвищення конкурентоспроможності. Її мета – правильне визначення конкурентної стратегії, яка враховує умови конкретної галузі промисловості, навички та капітал підприємства.

Проте, ця модель є також недосконалою, разом з іншими розрахунковими методами, без застосування методу комп'ютерного моделювання, що, у свою чергу, потребує на побудову чіткої математичної моделі процесу оцінювання рівня КП. Використання сучасних математичних апаратів штучного інтелекту, зокрема, теорії нечітких множин, порогових елементів, генетичних алгоритмів дозволяє виявити особливості функціонування підприємства, на основі чого передбачити його майбутню поведінку при зміні оцінювальних параметрів в часі.

На сьогоднішній день нейромережеві технології дозволяють суттєво полегшити роботу фахівців під час прийняття рішень за умовах невизначеності,



дефіциту часу й обмеженості інформаційних ресурсів. Отже, автори пропонують для ефективного оцінювання рівня КП розробити відповідну комп'ютеризовану математичну модель на основі мережі Хопфілда, що уможливить врахування широкого спектру різноякісних параметрів, їх динамічний вплив, чітке та прозоре оцінювання із мінімальними витратами часових та грошових ресурсів.

### Література

1. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условия кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент: монография / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Маркетинг, «Дашков и Со», 2002. – 892 с.
2. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО “Типография “НОВОСТИ”, 2007. – 256 с.
3. Фасхиев Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия / Фасхиев Х. А., Попова Е. В. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – №4. – С 53-68.
4. Багиев Г. Л. Концептуальные основы формирования маркетинга взаимодействия в условиях развития рыночных сетей / Электронный ресурс: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2887>
5. Павлова В.А. Способи систематизації визначення конкурентоспроможності підприємства / Павлова В. А. // Економіка та підприємництво. – 2003. – №1.–С.41– 45.
6. Ахматова М. Теоретические модели конкурентоспособности / М. Ахматова, Е. Попов // Маркетинг. – 2007. – № 4. – С. 25-38.
7. Porter, М.Е. (1979) How competitive forces shape strategy. Harvard business Review, 57(2): 137-145.
8. Самуляк В. Ю. Методичні засади оцінювання конкурентоспроможності підприємств / Самуляк В. Ю. // Україна – Європа: нові виклики та модернізація відносин: VII міжн. наук. конф. – К.: Вид. Укр. акад. зовнішньої торгівлі, 2007. – С. 283–285.

Дана стаття підготовлена спеціально для наукового фахового журналу „Економічний часопис-XXI”, ніде раніше не публікувалася і не подана до інших видань.

\_\_\_\_\_ А. О. Азарова ( к.т.н., проф. ВНТУ )

\_\_\_\_\_ О. В. Житкевич (здобувач ВНТУ )